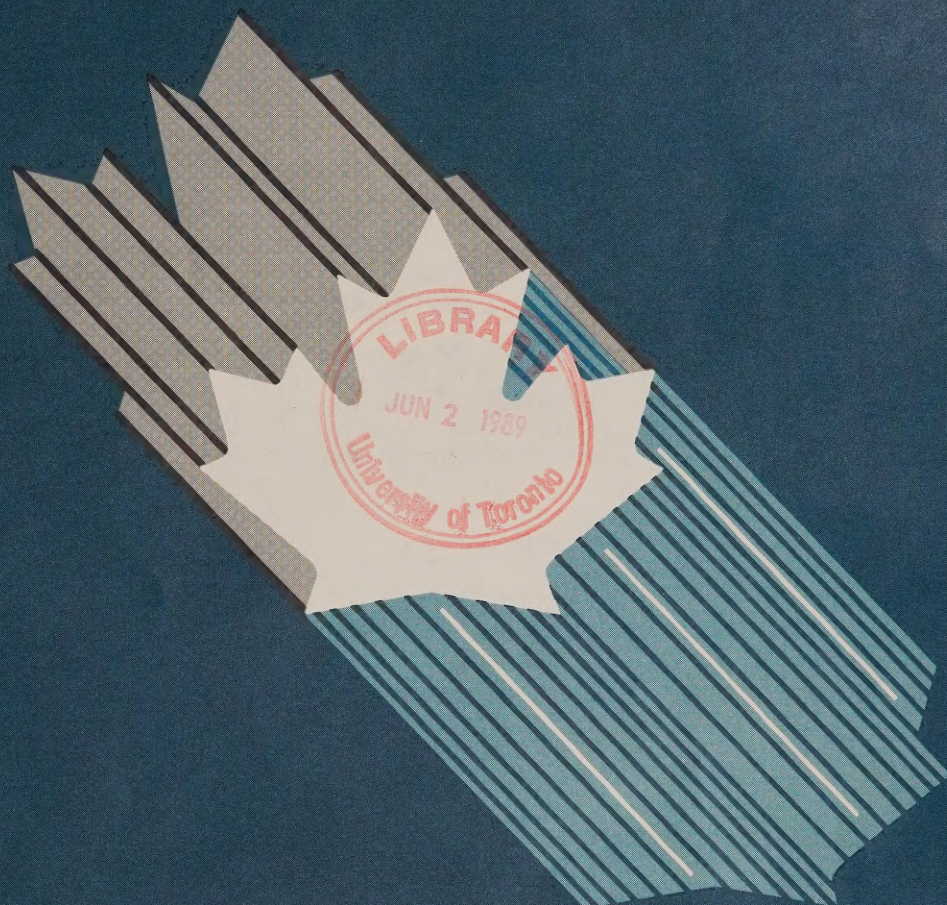


CAI
IST 1
- 1988
B16

I N D U S T R Y P R O F I L E

3 1761 1176473 5



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

Bakery Products

Canada

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 495-4782

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this
profile contact:*

*Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and
Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5*

Tel: (613) 995-5771



INDUSTRY PROFILE BAKERY PRODUCTS

IST 1
-1988
1816

1988

FOREWORD

.....

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.

Minister

1. Structure and Performance

Structure

The bakery products industry can be divided into two sub-sectors: wholesale bakeries and retail bakeries. Both are engaged in baking bread, rolls (sweet and unsweetened), cakes, pies, pastries and similar perishable products. Wholesale bakeries also include firms which produce frozen, pre-mixed doughs and frozen, pre-formed products.

Retail bakeries produce and sell on the premises, and cater to the demand for freshly baked goods such as crusty rolls, rye breads or pastries. They can produce these either from frozen, pre-mixed dough supplied by wholesalers or from "scratch."

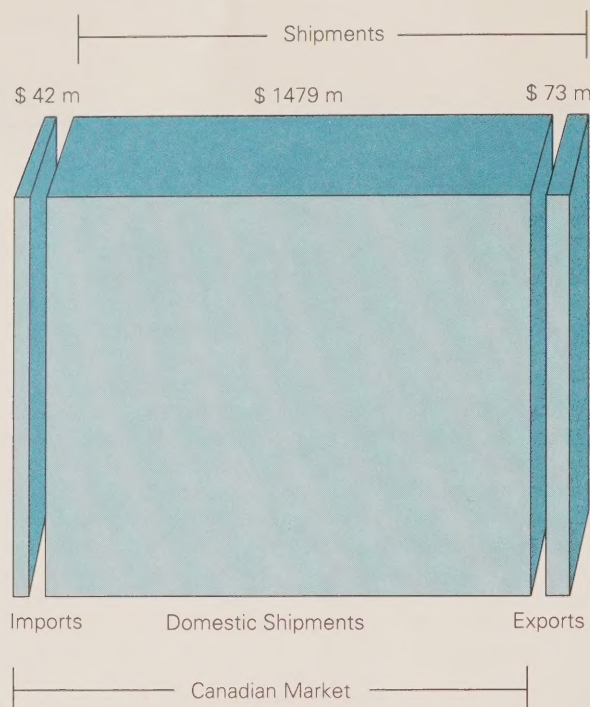
The wholesale bakeries sub-sector is a part of the manufacturing industry, and is the primary focus of this profile. Wholesale bakeries produce volume products, such as white bread, which are typically sold directly or on consignment to grocery stores, chain stores or the food service business. In this industry, manufacturing encompasses captive distribution facilities, which, in most cases, include both trucking and warehousing operations.

The size of Canadian production facilities ranges from small, two-person independent retail bakeries, in-store bakeries and franchise retail chains to several full-range or specialty wholesale plants employing more than 1000 people.

In 1986, there were 479 wholesale bakery establishments, located across Canada, which shipped products valued at \$1.552 billion and employed a total of about 22 000 people. Exports in 1986 totalled \$73 million, almost all directed to nearby major population centres in the United States, while imports amounted to \$42 million. The retail sub-sector, which serves the market for goods baked fresh and sold "over-the-counter," comprises about 1800 firms and accounts for about \$450 million in annual sales. Many of the in-store retail bakeries are considered traffic builders rather than profit centres. Both sub-sectors of this industry primarily serve the domestic market.

Wholesale bakery establishments are located in all regions of the country, their size and number being roughly proportional to the population. The major firms include Weston Bakeries Ltd., Corporate Foods Limited, McGavin Foods Limited, Ben's Limited, Multimarkes Inc. and Eastern Bakeries Limited. Some are active in more than one province through branch plants, subsidiaries or affiliates.

Historically, the concentration level of the wholesale bakery products industry has been among the lowest of all of the sub-sectors of the food and beverage industries. The four largest enterprises account for only about 30 percent of industry shipments, and the eight largest for about 47 percent. By contrast, the corresponding figures for "all food and beverage industries" are 50 and 68 percent respectively.



*Imports, Exports and Domestic Shipments
1986*

Foreign ownership has not had a major influence on the structure of this industry. Because of the need to deliver its perishable products to market quickly, the industry tends to operate small, widely dispersed regional plants. This practice runs counter to the normal business strategies of large, foreign multinational corporations. In addition, the business is relatively easy to enter and there are often periods of excess capacity which contribute to relatively low profits.

Performance

Between 1981 and 1986, the value of bakery product shipments, adjusted for inflation, declined by about four percent. The number of establishments has continued to fall proportionately, and industry employment has dropped. These trends reflect the declining demand for the key product of the wholesale sub-sector, white bread, which accounts for about 50 percent of the value of industry shipments.

Recent studies reveal that average industry profits tend to be low in comparison with those of other food manufacturing industries. Indeed, return on investment has decreased from a relatively low median value of 4.3 percent in 1980 to a level of 0.9 percent in 1985.

The industry is estimated to be operating at about 70 percent of full production capacity. This low rate has persisted over the past eight years, and, again, is largely due to the declining demand for wholesale bakery products. Annual per capita consumption figures indicate a drop from a high of 42 kilograms (93 pounds) in 1961 to a recent level of about 28 kilograms (63 pounds). However, in terms of the total disposition of bakery goods, this statistic does not include data from the emerging in-store, franchise or restaurant bakeries.

Consumer preferences have turned from standard baked goods, such as the white bread produced by wholesale bakeries, to multi-grain dark breads, pumpernickel and other such nutritional and "up-scale" products introduced by in-store or franchise bakeries and sold fresh over the counter. At the same time, a number of other influences, such as a lower number of school-age children, an aging population, as well as different consumer tastes, have also contributed to the decline in the consumption of white bread.

Persistent excess capacity in the Canadian industry has resulted in considerable attrition of businesses over the last decade. It has also been the driving force behind several major corporate consolidations. Between 1980 and 1986, the number of wholesale baking establishments fell from 631 to 479. In many large metropolitan areas, restructuring has resulted in large-scale plants capable of lowering unit costs through long production runs of a single product. As a result, corporate concentration in the wholesale industry has been slowly increasing.

At the same time, the cost advantages achieved through production efficiencies have enabled these large firms to increase the pricing pressure on their smaller wholesale rivals. However, there are inherent limits to the benefits of production line consolidation in Canada, as increased distribution costs associated with centralized operations offset the gains of scale economies. On average, distribution costs are estimated to represent a significant 40 percent of the total selling price of bakery products.

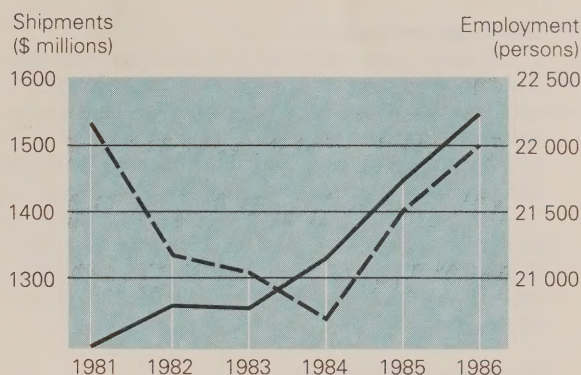
An increase in the number of successful franchise and in-store operations on the retail side has provided additional competition for wholesale bakeries. Not only have they lost market share, but their large bulk deliveries to chain stores have declined. This attrition of their market has also contributed to the rise in distribution costs in relation to sales.

International trade does not play a large role in this industry although, over the last 12 years, exports of bakery products have been consistently greater than imports, with an average annual surplus of \$19 million. More recently, between 1980 and 1986, the value of Canadian exports has increased from \$38 million to \$73 million. This rise in exports can be attributed largely to excess capacity in several large firms which have the capability to supply newly developed frozen products to a large U.S. market. About 50 percent of Canadian exports is in these products, which are less perishable than traditional baked goods and therefore more suited to long-distance shipping. This trade also includes some bread and finished specialty products. In the medium term, frozen goods are expected to continue to make up a large part of export trade.

Imports, chiefly from the United States (72 percent) and the European Community (E.C.) (21 percent) are low, and capture only about 2.7 percent of the Canadian market. Most U.S. imports are standard items such as bread, rolls or pies. Products from the E.C. are usually high-cost, specialty baked goods catering to ethnic tastes.

On average, flour accounts for about 40 percent of the cost of raw materials. Between 1985 and mid-1988, Canadian domestic wheat prices were significantly higher than world prices because the Canadian Wheat Board (CWB), for reasons of public policy, had set different prices for the domestic and export markets. During this period of high domestic wheat prices, however, price concessions were made for exports of finished products using a significant amount of flour. Another consideration was the fact that import penetration of bakery products in most regions of Canada has always been low. For these reasons, the two-price policy is not considered to have had a harmful effect on the overall performance of the industry, although it probably did contribute to competitive problems in some regional markets close to viable U.S. sources of imports.

Nevertheless, the government duly recognized the problem of cost competitiveness in the domestic market for all industrial flour users. As a result, and in view of the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), the CWB policy was changed, as of August 1, 1988, to allow sales of wheat for domestic consumption at North American prices. The change enabled firms in border regions, such as Vancouver, where imports have been disrupting the local market, to be more competitive.



Shipments —————

Employment - - - - -

Total Shipments and Employment

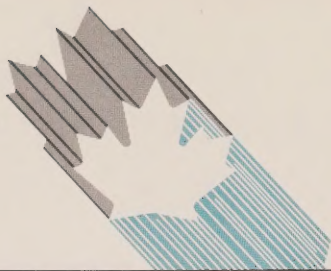
2. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

The structure of this industry is influenced by the perishable nature of the product, the regional character of the Canadian market and transportation costs.

Most baked goods are perishable in a matter of days. In addition, these products are often bulky or fragile, and the cost of transporting them to widely dispersed markets is considered high in relation to their value. As a result, the large firms in the Canadian bakery products industry have followed a practice of acquiring a number of small, regional operations, rather than trucking products from centralized plants to surrounding population centres.

These conditions have served to isolate Canadian wholesale bakers from most domestic or international competition. International trade in fresh bakery products is consequently only significant in areas where there are large population centres close to border points. As noted earlier, imports of bread products into British Columbia have been a major concern to the local industry. This penetration is due, in part, to substantially lower U.S. costs for both labour and (until recently) flour. The situation is less critical in eastern Canada, where the difference between U.S. and Canadian labour rates is not as significant. Average wage levels in Canada, although higher in some regions, are about 15 percent lower than those in the United States.

**Trade-related Factors**

Baked goods enter the United States duty-free. The Canadian tariff on pre-formed frozen doughs is 10 percent, while cakes, pies and doughnuts are protected by a rate of 12.5 percent, and bread in retail packages is tariff-free. There are relatively few non-tariff barriers (NTBs) in the bakery products trade.

Under the FTA, all tariffs on bakery products will be eliminated over a period of 10 years. For reasons of perishability and the high cost of transportation, the FTA is not expected to have a large impact on this industry.

Technological Factors

Although the Canadian industry includes several large, modern plants, it is generally characterized by smaller operations with antiquated plant equipment. The current emphasis is on increasing the productive life and efficiency of existing operations rather than replacing them. Despite these limitations, the speed of measuring, mixing and baking has generally increased over time, as has the efficiency of packaging, storing and distribution.

Manufacturers have developed innovative formulations for new frozen products as well as such baking ingredients as "no-time dough," which drastically lowers the waiting period for dough to rise.

The machinery used by the industry is usually available "off-the-shelf." In general, new capital investment has been held back because of low profitability. However, several of the large-scale specialty plants use very modern processing equipment. No major changes are expected in the industry as long as excess capacity persists.

Other Factors

Much of the hard wheat used in baking is produced in western Canada. By legislation, the CWB is the sole marketing agent for western Canadian wheat, with the exception of small quantities grown outside of the CWB area in British Columbia. As noted previously, the two-price system for Canadian wheat was eliminated as of August 1, 1988. However, imports of primary flour or processed flour products shipped in bulk packages will continue to be under import control. Processed products with a high flour content have never been subject to import controls if their packaged contents weigh less than 2.5 kg. Under the FTA, once subsidies to producers are equalized between Canada and the United States, all restrictions on trade will be eliminated.

3. Evolving Environment

The major problems facing wholesale bakeries are the overall decline in market demand and the shift in consumption patterns. These changes are chiefly the result of slow population growth and unsettled consumer demands. Many of these markets are based on new ethnic tastes or nutritional concerns. Of particular importance for the baking industry is the increased awareness among consumers of the need for more fibre in foods.

Consumers have also shown a significant preference for goods which are baked and sold fresh "over-the-counter." Wholesale bakeries have contributed to the growth of retail stores by producing easy-to-use, pre-formed frozen doughs, along with dry and frozen mixes. In-store operations, sometimes referred to as "bake-offs," are often no more than store space for ovens, which bake convenient frozen or pre-formed products.

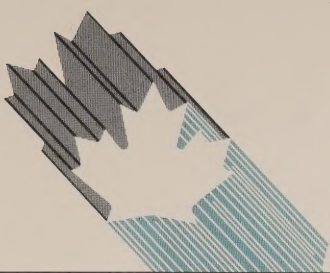
Wholesale operations are also gradually moving some of their production out of white bread and into specialty products such as full-grain dark breads, pita breads, pizza shells, muffins and croissants. However, these specialized market segments are often very small and not capable of generating the benefits of mass production.

Under the FTA, all tariffs on baked goods will be eliminated over a 10-year phase-out period. The loss of tariff protection is unlikely to cause significant disruption in the Canadian market, as trade is minimal because of product perishability and high transportation costs. White bread, the principal product of this industry, is already duty-free. Also, the CWB has enhanced the competitiveness of the Canadian industry by eliminating its two-price wheat (flour) policy.

4. Competitiveness Assessment

The industry continues to be in a position of substantial overcapacity. This situation suppresses profits and makes it difficult for firms to invest in new plants and modern equipment, thereby limiting the improvement of productivity.

Wholesale operations have gradually moved part of their production into new products, some of which are also used by franchise and in-store bakeries. However, few of the new product categories cater to markets large enough for wholesalers to benefit from long production runs.



While in-store and franchise bakeries have created a new market for wholesale bakeries, competition from them has also eroded demand for many traditional wholesale products. Until the transition is complete, these and other dislocations in the markets will put pressure on large firms to make adjustments. More mergers and plant closures are expected.

Prices of raw materials, transportation and labour will remain the major factors influencing the competitiveness of this industry, which is largely a matter of inter-firm rivalry. The overall impact of the FTA is likely to be largely neutral.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer Goods Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Bakery Products
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-2918

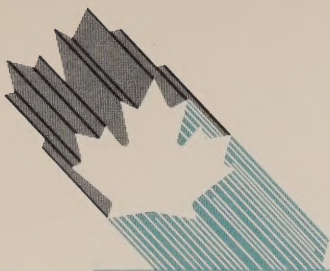
PRINCIPAL STATISTICS
SIC(s) COVERED: 1072* (1980 Basis)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Establishments	530	555	493	485	473	479
Employment	22 188	21 229	21 061	20 748	21 505	22 000
Shipments (\$ millions)	1 200	1 280	1 275	1 341	1 455	1 552

TRADE STATISTICS

	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Exports (\$ millions)	39	48	52	57	63	73
Domestic shipments (\$ millions)	1 161	1 232	1 223	1 284	1 392	1 479
Imports (\$ millions)	25	28	34	35	39	42
Canadian market (\$ millions)	1 186	1 260	1 257	1 319	1 431	1 521
Exports as % of shipments	3.3	3.8	4.1	4.3	4.3	4.7
Imports as % of domestic market	2.1	2.2	2.7	2.7	2.7	2.8
Source of imports (% of total value)			U.S.	E.C.	Asia	Others
	1981	76	18	1	5	
	1982	72	20	1	7	
	1983	68	29	1	2	
	1984	77	17	1	5	
	1985	73	21	1	5	
	1986	72	21	1	6	
Destination of exports (% of total value)			U.S.	E.C.	Asia	Others
	1981	96	1.1	—	3.0	
	1982	96	0.8	—	3.0	
	1983	97	1.1	—	1.9	
	1984	96	1.0	—	3.0	
	1985	97	0.6	0.2	2.2	
	1986	97	1.0	—	2.0	

(continued)

**REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years**

	Atlantic	Quebec	Ontario	West
Establishments – % of total	5.9	29.5	31.6	33
Employment – % of total	7.2	34.2	36.6	22
Shipments – % of total	6.9	35.0	35.1	23

MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Head Offices
Ben's Limited	Canadian	Halifax, Nova Scotia
Corporate Foods Limited	British	Etobicoke, Ontario
Eastern Bakeries Limited	Canadian	Saint John, New Brunswick
McGavin Foods Limited	Canadian	Vancouver, British Columbia
Multimarques Inc.	Canadian	Montréal, Quebec
Weston Bakeries Ltd.	Canadian	Toronto, Ontario

* Data in fact sheet are for wholesale bakeries only.

Note: Statistics Canada data have been used in preparing this profile.



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117647735>



RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 5 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest
Établissements (en %)	5,9	29,5	31,6	33
Emplois (en %)	7,2	34,2	36,6	22
Expéditions (en %)	6,9	35,0	35,1	23

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Ben's limited	canadienne	Halifax (N.-É.)
Corporate Foods Limited	britannique	Etobicoke (Ontario)
Eastern Bakeries Limited	canadienne	Saint John (N.-B.)
McGavin Foods Limited	canadienne	Vancouver (C.-B.)
Multimarques Inc.	canadienne	Montréal (Québec)
Weston Bakeries Limited	canadienne	Toronto (Ontario)

* Les données de cette fiche font état de la vente en gros seulement.
** Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.
Les données utilisées dans ce profil proviennent de Statistique Canada.

PRINCIPALES STATISTIQUES

CTI 1072* (1980)

1981	1982	1983	1984	1985	1986
530	555	493	485	473	479
22 188	21 229	21 061	20 748	21 505	22 000
1 200	1 280	1 275	1 341	1 455	1 552

Expéditions**

Emplois

Établissements

STATISTIQUES COMMERCIALES

1981	1982	1983	1984	1985	1986
39	48	52	57	63	73
1 161	1 232	1 223	1 284	1 392	1 479
25	28	34	35	39	42
1 186	1 260	1 257	1 319	1 431	1 521
3,3	3,8	4,1	4,3	4,3	4,7
2,1	2,2	2,7	2,7	2,7	2,8
1981	1982	1983	1984	1985	1986
76	72	68	77	73	72
18	20	29	17	21	21
1	1	1	1	1	1
CEE	CEE	CEE	CEE	CEE	CEE
Asie	Asie	Asie	Asie	Asie	Asie
Autres	Autres	Autres	Autres	Autres	Autres
1981	1982	1983	1984	1985	1986
1981	1982	1983	1984	1985	1986
96	96	97	97	97	97
1,1	0,8	1,1	1,1	0,6	1,0
—	—	—	—	0,2	—
3,0	3,0	1,9	3,0	2,2	2,0

Destination des exportations
(en %)Source des importations
(en %)Importations
(en % du marché intérieur)Exportations
(en % des expéditions)

Marché intérieur**

Importations**

Expéditions intérieures**

Exportations**

Même si les boulangeries-pâtisseries sous

franchise et les comptoirs ont créé de nouveaux

débouchés pour le sous-secteur des boulangeries-

pâtisseries de gros, ces derniers ont entraîné une

diminution de la demande de produits courants.

Pendant cette période de transition, ces

changements, conjugués aux bouleversements

que connaissent les divers marchés de ce secteur,

obligeront les principales boulangeries-pâtisseries

à rationaliser leurs activités et il faut s'attendre

à plusieurs fusions et fermetures d'entreprises.

Le prix des matières premières ainsi que les

fraîs de transport et de la main-d'œuvre demeurent

les principaux facteurs de la compétitivité de cette

industrie qui connaît surtout une concurrence interne

entre sociétés. L'Accord ne devrait avoir aucune

répercussion importante sur cette industrie.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services

et des biens de consommation

Industrie, Sciences et Technologie Canada

Objet : Boulangerie-pâtisserie

235, rue Queen

Ottawa (Ontario)

K1A 0H5

Tél. : (613) 954-2918

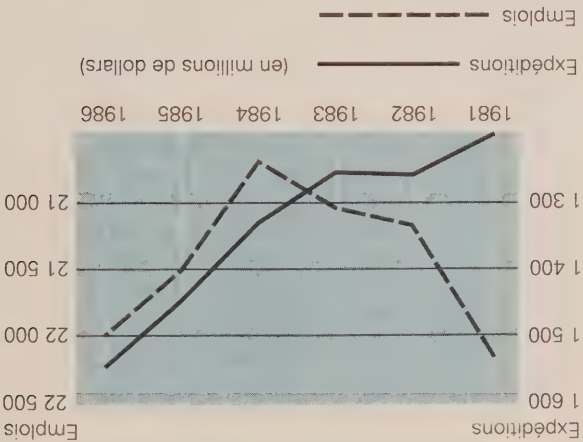
4. Évaluation de la compétitivité

Les consommateurs ont aussi montré une préférence marquée pour les produits cuits au four et vendus frais « au comptoir ». Dans ce contexte, les boulangeries-pâtisseries de gros ont favorisé la croissance du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de détail en produisant des pâtes surgelées d'emploi facile et prêtes-à-cuire ainsi que des mélanges surgelés et des mélanges secs. La plupart des comptoirs de boulangerie-pâtisserie dans les magasins d'alimentation se réduisent à des fours qui servent à la cuisson de ces produits surgelés ou prêts-à-servir.

Les boulangeries-pâtisseries de gros ont progressivement modifié leur production en abandonnant le pain blanc pour se spécialiser dans la fabrication de pains de blé entier, de pains pitas, de pâtes à pizzas, de muffins et de croissants. Cependant, ces créneaux du marché sont souvent très petits et ne permettent pas de réaliser les bénéfices associés à une production de masse. En vertu de l'Accord, tous les tarifs sur les produits de boulangerie-pâtisserie seront éliminés d'ici 10 ans. L'élimination de cette barrière douanière ne devrait pas, à elle seule, entraîner de sérieuses modifications sur le marché canadien, car le commerce international dans ce secteur est négligeable en raison de la courte durée de conservation des produits et des frais de transport élevés. Rappelons que le pain blanc, principal produit de cette industrie, est déjà exempt de tarifs et que la CCB a permis aux entreprises canadiennes de cette industrie de devenir plus compétitives en abandonnant récemment sa politique de double prix pour le blé (pour la farine).

Cette industrie connaît encore une surcapacité de production. Cette situation réduit les bénéfices et rend difficiles les investissements dans de nouvelles installations ou dans du matériel de pointe, limitant l'amélioration de la productivité.

Les boulangeries-pâtisseries de gros consacrent progressivement une partie de leurs activités à la fabrication de nouveaux produits, dont certains sont utilisés par des boulangeries-pâtisseries sous franchise et par des comptoirs dans les magasins d'alimentation. Cependant, très peu de ces nouveaux produits répondent à une demande suffisamment importante pour permettre aux boulangeries-pâtisseries de gros de bénéficier de longs cycles de production.



Autres facteurs

Presque tout le blé dur utilisé par les boulangeries-pâtisseries provient de l'ouest du Canada. D'après la loi, la CCB est le seul organisme habilité à commercialiser le blé provenant de ces régions, à l'exception de petites quantités cultivées en Colombie-Britannique, dans les régions ne relevant pas de la compétence de la CCB. Le système de double prix a été éliminé le 1^{er} août 1988, mais les importations en grandes quantités de produits primaires et de produits transformés à base de farine continueront à être contrôlées. L'importation de produits transformés contenant une grande proportion de farine n'a jamais été soumise à des restrictions si le contenu de leur emballage pesait moins de 2,5 kg. En vertu de l'Accord et lorsque la part des subventions canadiennes et américaines versées aux producteurs existera, toutes les restrictions sur les échanges commerciaux dans cette industrie disparaîtront.

3. Évolution de l'environnement

La baisse de la demande et l'évolution des goûts des consommateurs sont les principales difficultés auxquelles font face les boulangeries-pâtisseries de gros. Ces changements sont dus, en grande partie, à la faible croissance démographique et aux fluctuations de la demande. Actuellement, de nombreux marchés cherchent à répondre au goût des groupes ethniques et au nouvel intérêt des consommateurs pour leur alimentation. Cet intérêt récent pour les bienfaits des fibres alimentaires est d'une importance particulière pour l'industrie de la boulangerie-pâtisserie.

En général, ces divers facteurs ont tenu les boulangeries-pâtisseries canadiennes de gros à l'écart de la concurrence intérieure et internationale. Le commerce international des produits frais de boulangerie-pâtisserie n'est important que dans les grands centres urbains situés à proximité de la frontière américaine. Ainsi, les importations de pain et de produits dérivés en Colombie-Britannique ont posé de sérieux problèmes à l'industrie locale. Cette percée du marché est due en partie aux coûts de la main-d'œuvre et, jusqu'à récemment, au prix de la farine beaucoup moindres aux États-Unis qu'au Canada. La situation est nettement moins grave dans l'est du pays où l'écart entre les salaires canadiens et les salaires américains n'est pas aussi important. Par rapport aux États-Unis, le salaire moyen de la main-d'œuvre au Canada, même s'il est plus élevé dans certaines régions, est inférieur d'environ 15 p. 100.

Facteurs liés au commerce

Les produits de boulangerie-pâtisserie sont admis en franchise aux États-Unis. Le Canada impose sur les produits surgelés prêts-à-cuire des tarifs de 10 p. 100; sur les gâteaux, les tartes et les beignes, des tarifs de 12,5 p. 100; le pain tout emballé y entre en franchise. Il existe peu de barrières non douanières dans cette industrie. En vertu de l'Accord de libre-échange, tous les tarifs sur ces produits seront éliminés d'ici 10 ans. Étant donné la courte durée de conservation de ces denrées et les frais de transport élevés, l'Accord ne devrait pas avoir de répercussions importantes sur cette industrie.

Facteurs technologiques

Même si cette industrie canadienne compte plusieurs usines modernes de grande envergure, elle regroupe surtout des entreprises de moindre importance dont le matériel est ancien. Aujourd'hui, l'industrie met l'accent sur l'accroissement de la productivité et du rendement de ses installations, plutôt que sur le remplacement du matériel. Malgré ces contraintes, la vitesse de débitage, de mélange et de cuisson a généralement augmenté, de même que la rapidité de l'emballage, de l'entreposage et de la distribution. Les boulangeries-pâtisseries ont innové en mettant au point des produits surgelés et des ingrédients comme la « pâte instantanée » qui réduit considérablement le temps de fermentation du levain dans la pâte. Cette industrie peut normalement se procurer facilement le matériel dont elle a besoin. En général, les nouveaux investissements en immobilisations sont peu nombreux en raison de la rentabilité peu élevée de cette industrie. Cependant, plusieurs usines spécialisées de grande envergure utilisent du matériel de pointe. Cette industrie ne devrait pas connaître de changements importants tant que subsistera la surcapacité de production.

Pendant la même période, les gains enregistrés grâce à une rationalisation de la production ont également permis aux grandes sociétés d'accroître les pressions à la baisse sur les prix établis par leurs concurrents moins importants. Cependant, il existe des limites aux avantages résultant de la consolidation de la production de gammes de produits au Canada, car l'augmentation des frais de distribution liés à la centralisation des activités annule les gains réalisés grâce aux économies d'échelle. Dans l'industrie de la boulangerie-pâtisserie, les frais de distribution s'élèvent en moyenne à près de 40 p. 100 du prix de vente.

Dans le sous-secteur de la vente au détail, l'augmentation du nombre de franchises et des comptoirs de boulangerie-pâtisserie dans les magasins d'alimentation a accru la concurrence pour les boulangeries-pâtisseries de gros. Celles-ci ont non seulement perdu une part de leur marché, mais leurs livraisons en grandes quantités aux magasins à succursales multiples ont diminué, augmentant leurs frais de distribution par rapport à leur chiffre d'affaires.

Le commerce international ne joue pas un rôle important dans cette industrie, même si au cours des 12 dernières années les exportations ont toujours été supérieures aux importations, la moyenne du surplus annuel s'établissant à 19 millions de dollars. De 1980 à 1986, la valeur des exportations canadiennes est passée de 38 à 73 millions. Cette hausse s'explique en grande partie par la surcapacité de production de plusieurs entreprises importantes en mesure de fournir de nouveaux produits surgelés à l'important marché américain. Ces produits représentent environ 50 p. 100 des exportations canadiennes. Moins périssables que les produits frais courants, ils se prêtent mieux au transport sur de longues distances. Le pain et certaines spécialités prêtes à la consommation sont également exportés. A moyen terme, les produits surgelés devraient continuer à être le principal produit d'exportation. Les importations, provenant à 72 p. 100 des États-Unis et à 21 p. 100 de la CEE, sont peu importantes et ne représentent que 2,7 p. 100 du marché canadien. La plupart des importations américaines sont des produits courants comme le pain, les petits pains et les tartes; celles de la CEE, généralement des produits coûteux, répondent à la demande des groupes ethniques.

2. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

La nature périssable des produits, les caractéristiques régionales du marché canadien et les frais de transport influent sur l'organisation de cette industrie. La plupart des produits de boulangerie-pâtisserie perdent leur fraîcheur en quelques jours. De plus, ils sont souvent encombrants ou fragiles et les frais de transport vers des marchés éloignés sont élevés par rapport à leur valeur. De ce fait, les grandes boulangeries canadiennes ont tendance à acquérir de petites entreprises locales plutôt que de transporter ces produits par camions à partir d'usines centralisées vers les centres urbains environnants.

La farine représente en moyenne 40 p. 100 des coûts des matières premières. De 1985 jusqu'au milieu de 1988, les prix du blé canadien étaient nettement plus élevés que les cours mondiaux, car la Commission canadienne du blé (CCB), pour des raisons d'intérêt public, avait établi des prix différents pour le marché intérieur et pour les marchés d'exportation. Durant cette période de prix élevés sur le marché intérieur, certaines dérogations liées aux prix ont été autorisées pour les exportations de produits finis contenant une forte proportion de farine. Par ailleurs, les importations de ce secteur n'ont réussi qu'une faible percée sur la plupart des marchés régionaux. Pour toutes ces raisons, la politique de double prix ne semble pas avoir eu de répercussions négatives sur le rendement global de cette industrie; cependant, elle a peut-être accentué la compétitivité de certains marchés régionaux situés à proximité des sources d'importations américaines.

Néanmoins, le gouvernement a reconnu la gravité de la compétitivité à laquelle font face les industries consommatrices de farine sur le marché intérieur. Dans ce contexte et pour respecter les dispositions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, la politique de la CCB était modifiée le 1^{er} août 1988 afin d'autoriser la vente, aux cours nord-américains, du blé destiné à la consommation intérieure. Ce changement a permis aux entreprises installées à proximité de la frontière américaine — comme celles de la région de Vancouver — et dont les activités avaient été bouleversées par les importations, d'être plus compétitives.

De récentes études ont indiqué que les bénéfices moyens de cette industrie étaient peu élevés par comparaison à ceux enregistrés par les autres industries de la transformation de produits alimentaires. Le rendement des investissements est effectivement passé d'une valeur médiane relativement faible de 4,3 p. 100 en 1980 à 0,9 p. 100 en 1985.

Cette industrie fonctionne à environ 70 p. 100 de sa capacité de production maximale. Elle a maintenu ce taux peu élevé au cours des 8 dernières années en raison de la baisse de la demande de produits vendus par les boulangeries-pâtisseries de gros. La consommation annuelle par personne a baissé, passant d'un sommet de 42 kg en 1961 à 28 kg aujourd'hui selon les récentes statistiques. Cependant, dans la répartition globale des produits de boulangerie-pâtisserie, ces données ne tiennent pas compte de l'ouverture de comptoirs dans les magasins d'alimentation, des franchises et des restaurants.

Les goûts des consommateurs ont évolué; en effet, ces derniers délaissent les produits de boulangerie-pâtisserie courants comme le pain blanc fabriqué par les boulangeries-pâtisseries de gros et adoptent les pains complets faits de plusieurs céréales, le pain de seigle noir ou *pumpernickel* et autres produits nutritifs de qualité supérieure lancés et vendus directement au consommateur par les comptoirs de boulangerie-pâtisserie ou les boulangeries-pâtisseries sous franchise. Parallèlement à ce phénomène, d'autres facteurs, comme la diminution du nombre d'enfants d'âge scolaire et le vieillissement de la population, ont contribué à la baisse de la consommation de pain blanc.

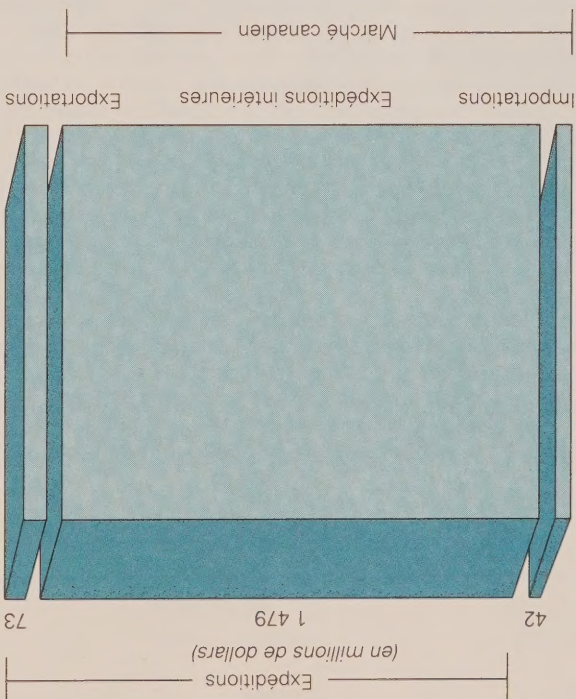
Au cours des 10 dernières années, la surcapacité de production chronique qui caractérise cette industrie au Canada s'est traduite par une diminution considérable du nombre de ses entreprises. Cette surcapacité a également été le moteur de plusieurs fusions de grandes sociétés. De 1980 à 1986, le nombre de boulangeries-pâtisseries de gros est passé de 631 à 479. Dans la plupart des grands centres urbains, la rationalisation des activités de cette industrie a permis aux établissements produisant à grande échelle d'abaisser leurs frais de production unitaire grâce à la fabrication d'un seul produit pendant de longues périodes. Cette situation a entraîné une lente augmentation de la concentration dans le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros.

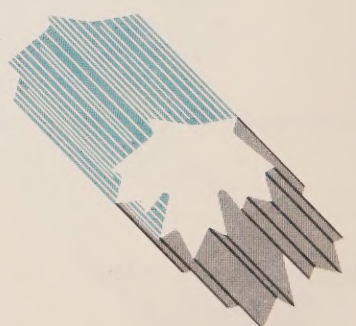
Rendement

De 1981 à 1986, la valeur des expéditions de cette industrie, compte tenu de l'inflation, a diminué d'environ 4 p. 100. Le nombre d'entreprises a baissé dans la même proportion et le nombre d'emplois a chuté. Ces tendances reflètent la baisse de la demande de pain blanc, produit clé du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros, représentant à lui seul environ 50 p. 100 de la valeur des expéditions.

Depuis toujours, la concentration des entreprises du sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros est une des plus faibles de l'ensemble de l'industrie alimentaire. Les 4 premières sociétés assurent environ 30 p. 100 des expéditions de cette industrie et les 8 plus importantes, près de 47 p. 100. Par comparaison, ces chiffres sont bien inférieurs à ceux de l'industrie alimentaire et des boissons, soit 50 et 68 p. 100 respectivement. Les intérêts étrangers influent peu sur l'organisation de cette industrie. Comme les denrées périssables doivent être livrées rapidement aux clients, celle-ci a tendance à exploiter de petites usines dans toutes les régions du Canada. Cette façon de faire vient à l'encontre des stratégies commerciales courantes des principales multinationales étrangères. De plus, il est relativement facile de se lancer dans cette industrie, ce qui se traduit par de fréquentes périodes de surcapacité de production conduisant à des bénéfices relativement bas.

1986 - Importations, exportations et expéditions intérieures.





AVANT-PROPOS

Etant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit d'internationaliser sa concurrence. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'Etat chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

Robert LaFontaine
Ministre



1. Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne de la boulangerie-pâtisserie se divise en 2 sous-secteurs : celui de la vente en gros et celui de la vente au détail, les entreprises se spécialisant surtout dans la fabrication de pains, de petits pains (sucrés et non sucrés), de gâteaux, de tartes, de pâtisseries et autres denrées périssables. Les boulangeries-pâtisseries de gros regroupent aussi les entreprises préparant des produits surgelés tels que les pâtes prêtes-à-servir et les produits prêts-à-cuire.

Les boulangeries-pâtisseries de détail fabriquent et vendent sur place les produits frais répondant à la demande de la clientèle, entre autres les petits pains croustillants, le pain de seigle et les pâtisseries. Ces entreprises fabriquent elles-mêmes leurs produits à partir d'ingrédients frais ou de pâte prête-à-servir surgelée, préparée par les boulangeries-pâtisseries de gros.

Le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de gros se rattache à l'industrie de la fabrication et constitue le principal objet de ce profil. Ces entreprises préparent en grandes quantités certains produits comme le pain blanc, en général vendu directement ou en consignment aux épiceries, aux magasins à succursales multiples et à l'hôtellerie. Cette industrie englobe les installations de distribution captives qui, dans la plupart des cas, comprennent le camionnage et l'entreposage.

L'envergure des installations canadiennes de fabrication est extrêmement variée, il peut s'agir de petites boutiques indépendantes employant 2 personnes, de boulangeries appartenant aux magasins d'alimentation et établissements de vente au détail sous franchise ou encore d'usines produisant une gamme complète de produits ou de spécialités et employant plus de 1 000 personnes.

En 1986, 479 boulangeries-pâtisseries de gros, qui employaient environ 22 000 personnes, étaient réparties partout au Canada; leurs expéditions étaient évaluées à 1,552 milliard de dollars. Les exportations, destinées pour la plupart aux grands centres urbains américains limitrophes, s'élevaient à 73 millions, alors que les importations totalisaient 42 millions. Le sous-secteur des boulangeries-pâtisseries de détail, répondant à la demande de produits frais du jour et vendus au comptoir, regroupe environ 1 800 entreprises et son chiffre d'affaires annuel est d'environ 450 millions. La plupart des comptoirs de boulangerie-pâtisserie ouverts dans les magasins d'alimentation servent davantage à attirer la clientèle qu'à réaliser des bénéfices. Les 2 sous-secteurs de cette industrie servent surtout le marché intérieur.

Les boulangeries-pâtisseries de gros sont installées dans toutes les régions du Canada et leur importance ainsi que leur nombre sont en général proportionnels à la densité de la population. Parmi les principales sociétés, mentionnons Weston Bakeries Limited, Corporate Foods Limited, McGavin Foods Limited, Ben's Limited, Multimarques Inc. et Eastern Bakeries Limited.

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Ile-du-Prince-Edouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Ile-du-Prince-Edouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Ecosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle-Ecosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

PU 3096

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4^e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21^e Rue est
6^e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105^e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 495-4782

Colombie-Britannique

Scotia Tower
bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires
de ce profil, s'adresser au :

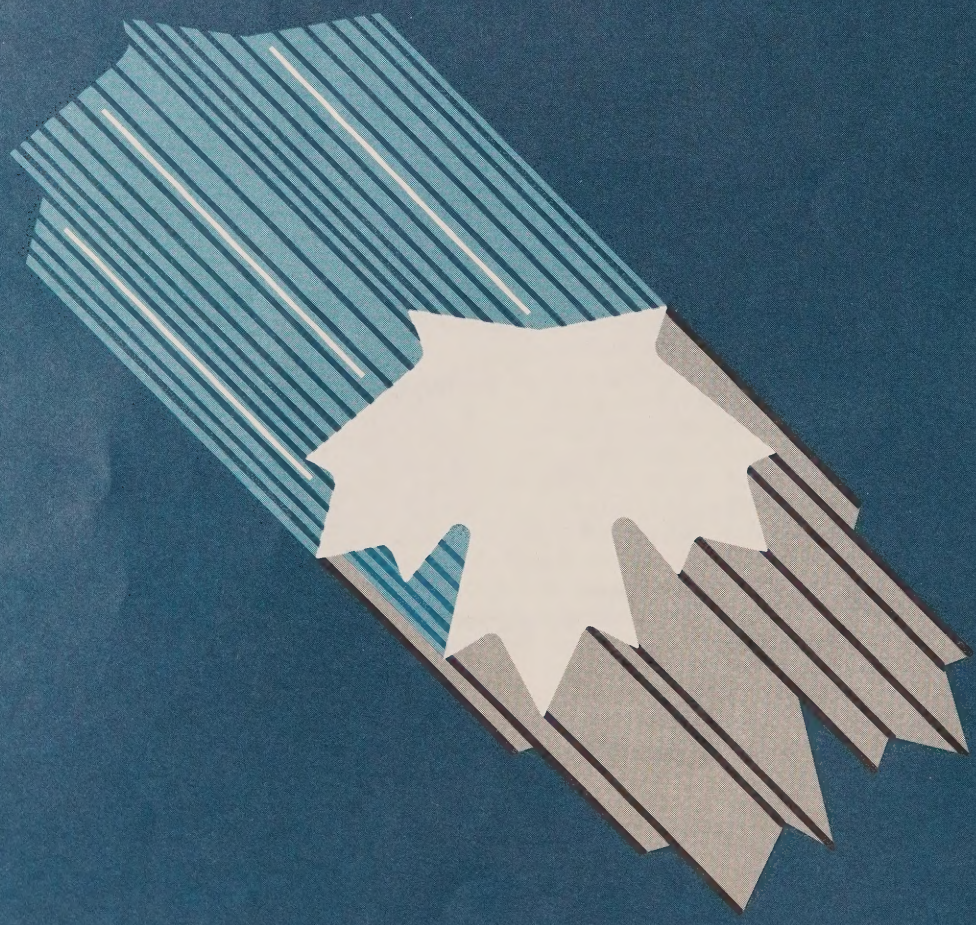
Centre des entreprises
Direction générale des
communications
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

Boulangerie-pâtisserie



Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada



P R O F I L
DE L'INDUSTRIE